

COORDINACIÓN TÉCNICA ADMINISTRATIVA
No.14-06-08 CHICHICASTENANGO, QUICHÉ.

GUÍAS DE APRENDIZAJE A DISTANCIA COVID-19

Nombre del Centro Educativo: I.N.E.E.B., "PEM. DANIEL ADÁN GARCÍA BARRIOS"

Código del Establecimiento: 14-06-0298-45 Mes de Aplicación: SEPTIEMBRE

Nombre del Director: PEM. LUIS GILBERTO YAX TZUL No. de Tel. 58767600

Docente: VICTORIA DE LOS ANGELES PEREZ LUX	No. de Tel. 58288281
Grado: Tercero básico	Sección: "C"
Nombre del estudiante:	Clave:
Área: productividad y desarrollo (Técnicas de Mercadeo y Comercialización)	
Fecha de aplicación: del 16 al 30 de septiembre del 2020	

1. COMPONENTE CURRICULAR

Tema a desarrollar: MERCADO POTENCIAL Y SUS CARACTERISTICAS

Competencia(s) Ejecuta propuestas de emprendimiento productivo escolar o comunitario que enfatizan la integración de liderazgos y procesos administrativos y comerciales.

Indicador(es) de logro: 3.1.1. Planifica con equidad de género procesos administrativos de una organización escolar o comunitaria.

2. COMPONENTE METODOLÓGICO

Metodología: Aprendizaje basado en destrezas cognitivas.

Desarrollo del tema:

MERCADO POTENCIAL Y SUS CARACTERISTICAS

El mercado potencial hace referencia a la vida futura de la empresa, enfocándose en los consumidores interesados en los productos o los servicios que ofrezca la marca. Es un estudio que se hace para hacer que los productos o servicios capten más la atención de los posibles clientes, para hacer más sustentable la empresa.

El estudio del mercado potencial trata de hacer crecer a la empresa, asegurándole un mejor futuro en cuanto a su económica y ventas. En teoría, el mercado potencial habla de las personas que pueden mostrar algún tipo de interés a lo que ofrece la empresa.

Características del mercado potencial.

- ✓ Las estimaciones que resultan del estudio del mercado potencial no son reales, ya que se sacan de un posible valor de las ventas totales de cierto producto o servicio.
- ✓ Realiza una especie de estudio de marketing para conocer cuáles son los posibles clientes y conocer las necesidades de todos ellos, para que los futuros productos se adapten a lo que buscan y desean.
- ✓ Siempre arroja los valores más altos de las ventas de los futuros productos, todo con un estudio anticipado de la demanda de dicho producto en todo el mercado.

Características del cliente potencial.

Es importante que la empresa conozca las siguientes características para saber si es un cliente ideal:

Gustos: es importante conocer los intereses de los compradores, en especial sus gustos y opiniones acerca de los servicios o productos.

Ubicación: el lugar donde residen las personas es un punto de importancia, ya que de él dependerá su adquisición al producto o servicio y sus necesidades.

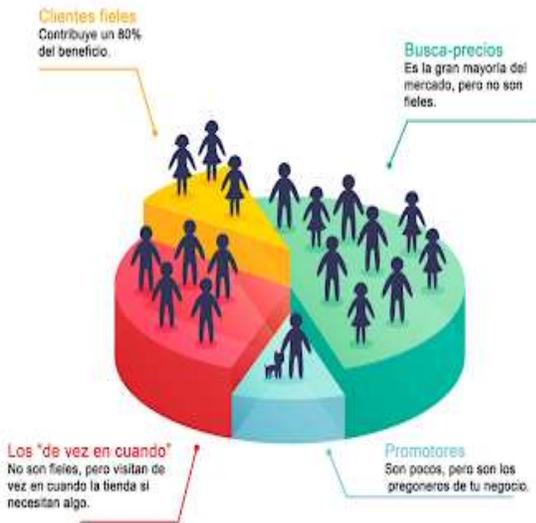
Demográfica: en este punto se habla de la edad de los posibles clientes, el sexo, su ingreso económico, su estatus social, profesión y educación.

Recuerda siempre...

- Se obtiene más interés cuando se lanza un nuevo producto o se mejora alguno ya existente.

Actividad No. 1

Realice una estadística de los clientes potenciales de **una panadería** y dibújelos, coloree con verde sus clientes frecuentes y con amarillo los regulares y con rojo los no frecuentes, ejemplo.



Actividad No. 2

Observe la siguiente imagen, y responda lo siguiente.

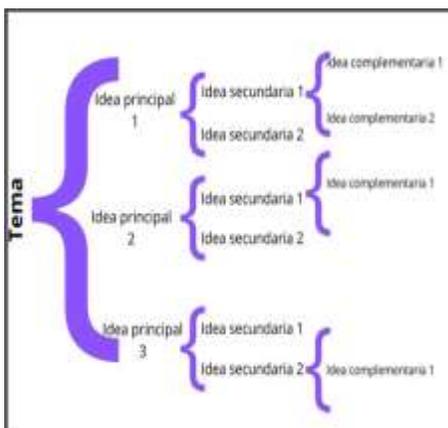
- 1- ¿Cuál de este producto es el que abarca mayor mercado?

- 2- Según el contenido proporcionado Y el producto de su elección ¿Cuál será el mercado potencial del Producto elegido?



Actividad No. 3

Realice un esquema del contenido, ejemplo



Actividad No. 4

Escriba 3 preguntas con sus respectivas respuestas del tema proporcionado.

1-

2-

3-

Modalidad. Se apoyará con la red social WhatsApp , vía telefónica y plataforma del INEEB para la retroalimentación o resolución de dudas e inquietudes acerca de las actividades a realizar

3. COMPONENTE DE EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

A. Herramienta De Evaluación De Desempeño:

Portafolio. Para ello tiene que elaborar un folder o carpeta en donde archivara cada guía de trabajo que servirá para monitorear el proceso de aprendizaje por el profesor y por el mismo estudiante.



A. Herramienta De Evaluación De Observación: Lista de cotejo (uso exclusivo del docente)

- La estadística de la panadería concuerda con el tema
- El análisis del producto seleccionado es coherente
- El esquema abarca todo el tema
- La preguntas y respuestas corresponden al tema proporcionado
- Aplica adecuadamente normas ortográficas

Mecanismo de Reforzamiento: - Resolución de dudas y acompañamiento de docente por teléfono o WhatsApp (58288281) en horario de 7:30 am a 12:30 pm.

